第33回 めざせ！　賢い消費者
［消　費］
～消費者情報～

今回学ぶこと

買い物をするとき、買おうかどうしようか、迷ったことはありませんか？　また、どれを買おうか、どこで買おうか、いろいろと考えませんか？　買い物で失敗しないためにはどうしたらよいのか、賢い消費者になるとどんな良いことがあるのか、学んでいきましょう。

知っている？　今回のキーワード（知っているキーワードは✓チェックマークをつけよう）

- ☐ **意思決定のプロセス**
- ☐ **消費者情報**

ポイント1　意思決定のプロセス（選択）
～買う？　買わない？～

ものを買う時の意思決定（考え方）は、大きく分けると2つあります。私たちは普段からこの2つを使い分けて買い物をしていることが多いのです。

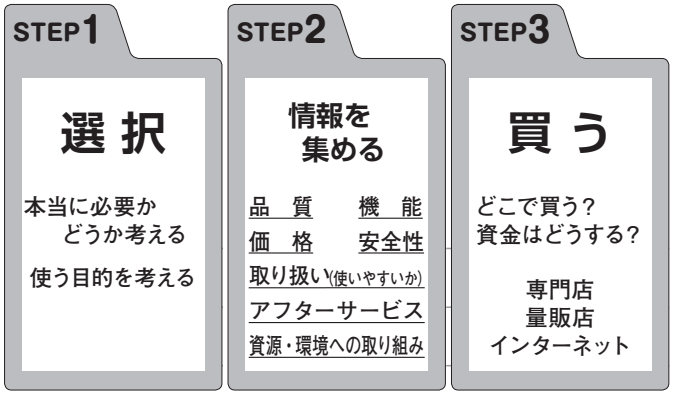
「刺激反応型の意思決定」

公告や商品のパッケージを見て、刺激を受けて買う。「価格が安いもの」「失敗したときのリスクが低いもの」を買うときは、刺激反応型が多い。

「情報処理型の意思決定」

目標を持って買う。情報を集めて、それを基に選んで買う。「価格が高いもの」「失敗した時のリスクが高いもの」を買うときは、情報処理型が多い。

情報処理型の意思決定でする買い物は、右図のようにステップを踏んで意思決定をしていくため、途中、ステップごとに何回もチェックしながら考えます。よって、失敗が少なくなります。結果、「無駄なものを買わない」ということが、「買ったものを大切に使う」ことにつながります。



？　最近買い物をしたとき、「買う」と決めるのに、何か基準はありましたか？

ポイント2　意思決定のプロセス（消費者情報の収集）

～何を、どうやって買う？～

商品などの情報はさまざまな方法で集めることができます。

いずれの場合も、情報が確かか、自分にとって重要かを、判断する必要があります。

？　身近な商品や取扱説明書から、消費者情報を探してみましょう。

ポイント3　意思決定（購入）

～「買う」、そして「買った後」にも～

情報を基に何を買うかを決めると共に、どこで買うかを決めます。買う店により、長所がそれぞれ違います。

さらに買った商品を評価して、消費者から企業などに伝えることも大切です。消費者の声を聞いて商品づくりに取り組む企業は成長し、良い商品は残っていきます。消費者の声が商品を変えていくのです。ただし、無茶な意見を言うと、結局は自分に返ってくることになります。一人ひとりが賢い消費者になることが、みんなのため、世の中のためにもなりますし、自分自身のためにもなります。

？　日ごろ買い物をしているところの長所と短所はどこか、考えてみましょう。買った商品に対する意見を店やメーカーに伝えるには、どんな方法があるか調べてみましょう。

ゲスト紹介

清水　聰 さん

慶應義塾大学商学部教授。専門分野は、消費者行動論、マーケティング・リサーチ。日本商業学会学会誌編集長、日本消費者行動研究学会理事。著書は、『消費者視点の小売戦略』（日本商業学会奨励賞受賞）をはじめ、『新しい消費者行動』『戦略的消費者行動論』など多数。

今回のまとめ

★「自立した消費者」とは、「考えて買い物ができる消費者」のこと。「自立した消費者」になるために身につけたいプロセスは……、

①本当に必要か、使う目的は何かを考えて、買うか買わないかを選択しよう。

②商品についての情報（＝消費者情報）を集めて、自分にとって大事だと思うものを組み合わせよう。

③買う時は、優先順位が高い消費者情報に合わせて、どこで買うかを選ぼう。

④買った後には、商品を評価し、伝えよう。評価は、次の買い物に活かせるだけでなく、消費者の声が商品や企業を変える力になる。

★自分のために、みんなのために、“めざせ！賢い消費者”！

もっと知りたい？　参考キーワード

★「メディア・リテラシー」

★「苦情相談事例情報」

各地の国民生活センターや消費生活センターから入手できる。どんな事例があるか調べてみよう。

「お店で見かけて、つい買ってしまった」ものでも、気に入ってずっと大切に使っているものはありませんか。買う瞬間だけ見ると衝動買いに見えますが、実は前々から「こんなものがあったらいいな」とずっと考えたり情報を集めたりしていたのでは？　逆に「十分考えたはずなのに、買ってみたら今ひとつだった」なんてことも。買う商品だけにとらわれて、「自分の暮らしの中に持ち込んだらどうなるか」を、あまり考えていなかったのでは？　買った商品の評価と共に、自分の買い物についても評価をしてみましょう。その積み重ねが、あなたをより賢い消費者にしてくれると思います。

監修講師
西 File #3